

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK PENGKREDITAN RAKYAT (BPR) HASAMITRA KOTA MAKASSAR

Gita Anggraini PerdinandR

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar

Email: gitanggraii2461@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku konsumen berpengaruh didalam pengambilan keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan, beberapa faktor diantaranya adalah kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BPR Hasamitra.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Adapun jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer dengan jumlah responden sebanyak 100 orang karyawan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis, analisis korelasi, koefisien determinasi, uji validitas dan uji reliabilitas.

Jadi kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah di Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra di Kota Makassar.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan dunia semakin lama mengalami kemajuan yang sangat

signifikan. Menghadapi perubahan dan perkembangan zaman yang sangat pesat, sumber daya manusia yang berkualitas akan menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk dapat

mempertahankan perusahaannya, terutama dari gempuran pesaing usaha lainnya yang semakin ketat dan tajam. Menghadapi persaingan yang semakin tajam, peran sumber daya manusia yang berkualitas akan sangat membantu pencapaian tujuan perusahaan. Memiliki sumber daya yang berkualitas dapat membantu pemanfaatan kemajuan teknologi dalam menghadapi persaingan usaha, untuk menjaga eksistensi dan kelangsungan hidup perusahaan.

Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat, berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan semakin besar dan ditingkatkan lagi. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan

harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.

Konsep kualitas layanan menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan usaha, karena apabila pelanggan merasa bahwa kualitas layanan yang diterima baik atau sesuai harapan maka mereka akan percaya dan komitmen pada jasa tersebut dan akan lebih mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang, kualitas yang bagus dan terpercaya akan tertanam dibenak pelanggan. Dari seluruh kegiatan yang dilakukan perusahaan pada akhirnya bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatukan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan (Kotler,2009:23). Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan ideal.

Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk.

Dahulu kualitas pelayanan dikembangkan atas dasar kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan, sedangkan saat ini telah bergeser kepada pengertian sesuai dengan kriteria konsumen (Gardenia, 2008). Kualitas pelayanan sering dikonseptualisasikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan persepsi performansi yang diterima. Yonggui (2004:125) menyatakan bahwa bagi suatu perusahaan khususnya perusahaan jasa, kualitas pelayanan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Sehingga bagi perusahaan jasa sangatlah penting untuk mengatur strategi bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen dapat tercipta.

Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul

apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Menurut penulis apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam sebuah perusahaan. Mengenai hal tersebut sebagai mana telah dilakukan pada penelitian terdahulu yang diantaranya dilakukan oleh Longginus Passe, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Darma Yogyakarta (2016), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah istimewa Yogyakarta. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif

terhadap kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah istimewa Yogyakarta. Kemudian Chirstina Okky Agustan Lovenia, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang (2012) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Jateng Cabang Utama Semarang, penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif

terhadap kepuasan Nasabah pada Bank Jateng Cabang Utama Semarang.

BPR Hasamitra merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan, yang berlokasi di Jalan Dokter Wahidin Sudiro Husodo No.5-6 merupakan Kantor pusat BPR Hasamitra. Dalam perkembangannya jumlah nasabah BPR Hasamitra Tidak stabil. Adapun data pengunjung selama 2018 dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1 : Data Jumlah Nasabah PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra

No	Bulan	2018
1	Januari	303
2	Februari	293
3	Maret	309
4	April	322
5	Mei	346
6	Juni	194
7	Juli	259
8	agustus	250
9	September	382
10	Oktober	409
11	November	238
12	Desember	250
X		3565
\bar{X}		297

Sumber: PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah tidak stabil selama tahun 2108. BPR Hasamitra memberikan bunga kompetitif sebesar 8,25%, kualitas pelayanan yang diberikan juga sangat memadai terbukti dengan kurangnya komplain dari para nasabah namun hal ini belum mampu meningkatkan pelanggan secara signifikan terbukti dari data

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

1. Kajian Teori

a. Manajemen

Manajemen secara etimologi berasal dari bahasa inggris *management* yang dikembangkan dari kata *to manage*, yang artinya mengatur atau mengelola. Kata *manage* ini sendiri berasal dari Italia *Maneggio* yang diadopsi dari bahasa latin *managiare*, yang berasal dari kata *manus* yang artinya tangan (Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, 2011:230). Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia kata manajemen mempunyai pengertian

pengunjung yang memperlihatkan jumlah nasabah yang tidak stabil.

Berdasarkan masalah yang diuraikan yang diatas, peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pada Nasabah PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra”.

sebagai penggunaan sumberdaya secara efektif untuk mencapai sasaran (Yuku, 2013:29). Dalam arti khusus manajemen dipakai bagi pemimpin dan kepemimpinan yaitu orang-orang yang melakukan kegiatan memimpin dalam suatu organisasi.

b. Manajemen Pemasaran

1) Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009: 27), Pemasaran adalah aktivitas, pengaturan lembaga dan proses penciptaan, komunikasi, pengiriman dan pertukaran penawaran yang bernilai untuk konsumen, klien, partner dan masyarakat pada umumnya. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian

proses untuk menciptakan, mengomunikasi dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (America Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2009:5).

2) Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Kotler (2005: 7) adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar.

3) Konsep Pemasaran

Kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada para pesaing dalam

memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan pasar sasaran (Kotler : 1997, dalam Jurnal Hendry Hardianto). Konsep pemasaran ini bersifat pada empat pilar yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profabilitas.

c. Kualitas Pelayanan

1) Pengertian Kualitas Pelayanan

Zeithaml dan Bitner dalam Lili Denni (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah total pengalaman yang hanya dapat dievaluasi oleh pelanggan. Lovelock dan witz Lili Denni (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut American Society for Quality Control dalam Rambat Lupiyoadi (2001).

2. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Christoper dan Lauren (2007) Dimensi Kualitas Pelayanan dibagi menjadi lima dimensi, yaitu:

a) *Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan

dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

- b) *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.
- c) *Reability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- d) *Responsiveness* (daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- e) *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

d. Kepuasan Nasabah

1) Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan

dengan harapan pembeli (Kotler dan Armstrong :2001). Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu (Cristoper dan Lauren :2007). Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon atas pelayanan yang diberikan.

2) Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu pertama, kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kedua kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai yang diharapkan. Ketiga adalah emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan

merasa kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

3) Konsekuensi Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (postpurchase action). Apabila pelanggan merasa puas maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan refensi yang baik terhadap produk kepada orang lain Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas (dissatisfied), pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seseorang pengacara. Demikian hal tersebut haruslah dapat diantisipasi oleh perusahaan, karena seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan.

4) Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2004), atribut indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

- a) Kesesuaian harapan. Tidak komplain atau keluhan terhadap PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra, serta pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra
- b) Minat Berkunjung Kembali. Adanya keinginan untuk berkunjung kembali
- c) Kesiediaan merekomendasikan. Pelanggan merasa bahwa PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra memiliki reputasi yang baik dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain.

e. Penjualan Jasa

1) Pengertian Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain (Kotler dalam Jurnal nining Suharyono ,2016). Jasa adalah

produk yang tidak berwujud yang biasanya berupa pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan (Menurut Indriyono ,2017).). nining Jasa merupakan suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi yang penggunaannya bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat serta biasanya bersifat tidak berwujud (Zeithmal et dalam Jurnal Suharyono ,2016).

2) Karakteristik Jasa

Berry dalam Jurnal Nining (2016) menjelaskan tiga karakteristik jasa, yaitu:

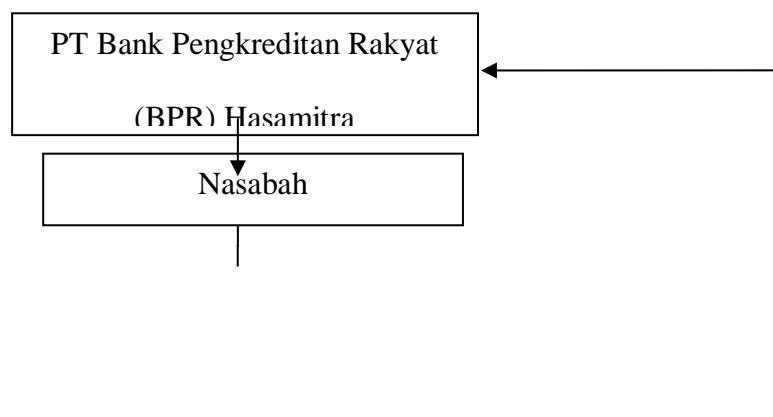
- 1) Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud.
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu

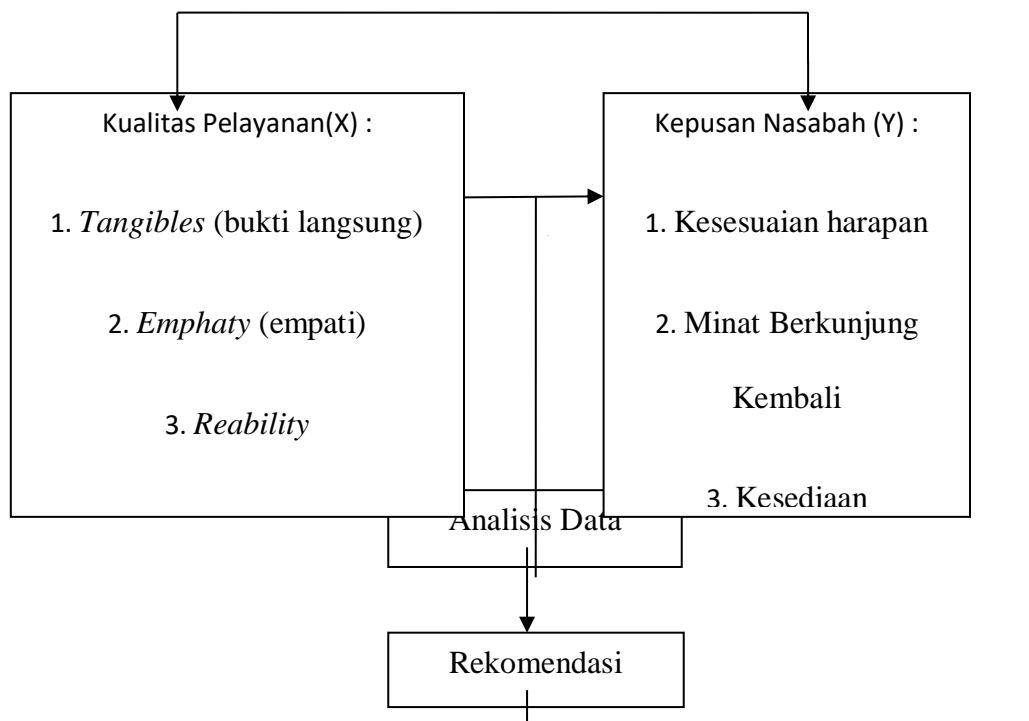
- 3) Kurang memiliki standar dan kesamaan

f. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dalam Atmawati (2004). “Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta hubungan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pelanggan yang kurang menyenangkan”.

2. Kerangka Pikir





Gambar 1 : Skema Kerangka Pikir

3. Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu dan untuk menjawab identifikasi masalah, maka penulis dapat merumuskan hipotesis bahwa diduga ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Hasamitra.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sebagai langkah awal, penulis mengumpulkan data sehubungan dengan topik menggunakan jurnal dan buku buku yang dijadikan sumber referensi dalam memperoleh landasan teori dan cara untuk menganalisis data. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan studi kasus yang dilakukan di BPR Hasamitra.

2. Variabel Penelitian dan Disain

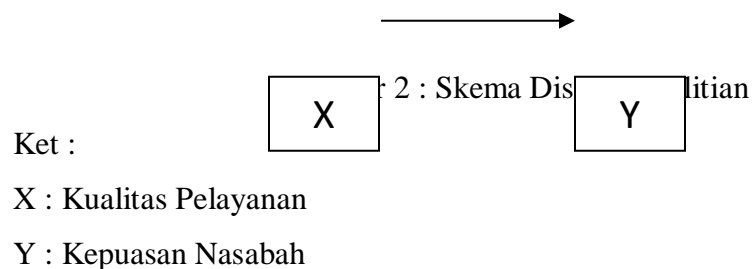
Penelitian

a) Variabel Penelitian

Sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, peneliti mengkaji hubungan antara dua variabel yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPR Hasamitra.

Maka variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan dan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah.

Untuk lebih jelas maka desain penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



3. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel

a. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana variabel diukur. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yakni variabel bebas

b) Disain Penelitian

Disain penelitian atau langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertama yaitu perencanaan yang memuat, bagaimana memilih masalah yang hendak diteliti serta membaca buku-buku atau segala referensi yang terkait dalam masalah yang diangkat, yakni masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. kedua, melakukan studi pendahuluan yang dilakukan dengan meninjau lokasi penelitian atau biasa disebut pra peneltian.

yaitu variabel yang mempengaruhi dan satu variabel terikat yang dipengaruhi.

1) Variabel Bebas (X) Kualitas Pelayanan merupakan total pengalaman yang hanya dapat dievaluasi oleh pelanggan. Dengan indikator sebagai berikut:

a) Keandalan, Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan

- b) Ketanggapan, Kesiediaan karyawan dalam membantu keluhan pelanggan serta mampu mengetahui keinginan pelanggan dengan cepat
 - c) Jaminan, Kepercayaan yang dirasakan pelanggan terhadap jasa dari BPR Hasamitra
 - d) Empati, Kepedulian dan perhatian karyawan BPR Hasamitra terhadap pelanggan
 - e) Bukti Fisik, Kondisi bangunan BPR Hasamitra yang baik dan fasilitas yang diberikan sangat memadai
- 2) Variabel Terikat (Y) Kepuasan Nasabah adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu. Dengan indikator sebagai berikut:
- a) Kesesuaian harapan. Tidak komplain atau keluhan terhadap BPR Hasamitra, serta pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di BPR Hasamitra

- b) Minat Berkunjung Kembali. Adanya keinginan untuk berkunjung kembali
- c) Kesiediaan merekomendasikan. Pelanggan merasa bahwa BPR Hasamitra memiliki reputasi yang baik dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain.

b. Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel penelitian ini digunakan instrumen kuisioner atau angket dengan mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden penelitian ini.

Jenis data yang dikumpulkan adalah data ordinal yaitu pada setiap pertanyaan memuat alternatif jawaban yang mengandung perbedaan antara jawaban yang satu dengan jawaban yang lain.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Agar hasil penelitian lebih bisa dipercaya, seorang peneliti harus melakukan sensus. Dalam penelitian

ini populasi yaitu rata-rata nasabah pada tahun 2018 BPR Hasamitra yang berjumlah 297 nasabah.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat

$$n = \frac{n}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{297}{1 + 297(0,1)^2}$$
$$n = \frac{297}{1 + 297(0,01)}$$
$$n = 99,664$$
$$n = 100$$

Dimana :

n : Sampel

N : Populasi

e : Tingkat Kesalahan 10%

Maka dapat disimpulkan sampel dari penelitian ini sebanyak 99,664 responden atau dibulatkan menjadi 100. Penarikan sampel menggunakan Purposive Sampling yang merupakan salah satu teknik

menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Teknik yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu Teknik Solvin. Dimana teknik ini adalah teknik untuk menghitung jumlah sampel minimal. Ditentukan dengan rumus:

sampling non random di mana peneliti mengambil sampel dengan cara langsung memberikan angket kepada nasabah yang datang pada saat itu.

5. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas *instrumen* penelitian dan kualitas pengumpulan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber, dan berbagai cara, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui:

a) Observasi

Observasi merupakan aktivitas terhadap suatu proses atau objek yang dimaksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik pengumpulan data observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang di amati tidak terlalu besar.

b) Kuesioner (angket)

6. Teknik Analisis Data

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dikemukakan maka metode analisis yang digunakan

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan pertanyaan secara tertulis kepada subjek penelitian dengan maksud untuk memperoleh data tentang tingkat kepuasan nasabah pada BPR Hasamitra jalan Dokter Wahidin Sudiro Husodo Makassar

c) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013 : 329), “dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu”. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik dokumentasi digunakan dengan maksud untuk memperoleh data sekunder yang sifatnya tertulis. Data yang diperlukan dengan menggunakan teknik ini adalah data mengenai jumlah obyek yang diteliti, yaitu jumlah pelanggan sebagai populasi dan sampel.

dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas

Validasi adalah suatu derajat ketepatan instrumen (alat ukur) maksudnya apakah instrumen yang digunakan betul betul tepat untuk apa yang akan diukur(Menurut Zinal

Arifin ,2011). Menurut Anas Sudijono (1995), Uji validasi menggunakan Teknik korelasi product moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r : Nilai Korelasi

$\sum x$: Jumlah skor keseluruhan item pertanyaan x

$\sum y$: Jumlah skor keseluruhan item pertanyaan y

$\sum xy$: Jumlah skor hasil kali pertanyaan x dan item pertanyaan y

$\sum x^2$: Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan x yang telah dikuadratkan

$\sum y^2$: Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan y yang telah dikuadratkan

Untuk menentukan apakah instrumen valid atau tidak maka digunakan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf keyakinan 95% maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf keyakinan 95% maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas dapat dihitung dengan menggunakan rumus alpha, rumus tersebut adalah:

di mana:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) - \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

r_{11} = Koefisien reliabilitas tes. $\frac{1}{1}$ = Bilangan konstan.

n = Banyaknya butir item yang dikeluarkan dalam tes.

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item.

St^2 = Varian total.

$\sum Si^2$ diperoleh dengan menggunakan rumus di bawah. Misalkan tes uraian

$$\text{Rumus } \sum S_i^2 = S_{i_1}^2 + S_{i_2}^2 + S_{i_3}^2 + S_{i_4}^2 + S_{i_5}^2$$

$$\text{Rumus } S_{i_1}^2 = \frac{\sum X_{i_1}^2 - \frac{(\sum X_{i_1})^2}{N}}{N}$$

$$S_{i_2}^2 = \frac{\sum X_{i_2}^2 - \frac{(\sum X_{i_2})^2}{N}}{N}, \text{ dst...}$$

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana yaitu metode perhitungan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) yang dalam penelitian ini adalah motivasi kerja

$$Y = a + bX$$

Dimana :

X = Variabel independen
(kualitas pelayanan)

Y = Variabel dependen
(kepuasan nasabah)

a = Konstanta

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

Dimana :

n = Jumlah data

yang akan ditentukan reliabilitasnya terdiri atas 5 item.

dan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan. Adapun rumus regresi linear sederhana menurut Syofian Siregar (2012:284) sebagai berikut :

b = Koefisien regresi
yang berhubungan
dengan variabel X

Untuk menghitung nilai konstanta maka akan digunakan rumus sebagai berikut nilai:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

b. Uji Hipotesis (uji t)

Kemudian untuk menguji hipotesis bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BPR Hasamitra, dilakukan perbandingan

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

t = Distribusi nilai

r = Koefisien korelasi

Berikut adalah uji dan kriteria hipotesis sebagai berikut :

1) Uji Hipotesis

a) Apabila $H_0 : r \leq 0$
maka H_0 diterima dan menolak H_a

b) Apabila $H_a : r > 0$
maka H_0 ditolak dan menerima H_a

2) Kriteria Hipotesis sebagai berikut:

a) Apabila t-hitung < t-tabel, maka H_0 diterima dan menolak H_a . Artinya tidak

Dari seluruh rumus yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti

antara t-hitung dengan t-tabel dengan taraf kesalahan 0,05 (5%). Jadi untuk koefisien korelasi (r), diuji dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut :

Keterangan :

terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah BPR Hasamitra, sebaliknya.

b) Apabila t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kinerja kepuasan nasabah BPR Hasamitra.

menggunakan perangkat lunak yaitu SPSS.

c. Koefisien Korelasi Untuk dapat menghitung koefisien korelasi

personnya digunakan formulasi sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Koefisien korelasi (r) bertujuan untuk mengetahui seberapa terkaitnya dan keterkaitannya disebut dengan nilai signifikan seperti yang kemudian dapat dilihat pada tabel 3.

r = Koefiensi korelasi
n = Jumlah sampel penelitian

X dan Y = Nilai dalam variabel X dan Y
X² dan Y² = Nilai perkalian dalam variabel X dan Y
XY = Perkalian dari skor dalam variabel X dan Y

Tabel 3.1 :Pedoman interpretasi kriteria koefisien korelasi (r)

Interval (%)	Kriteria
0,00-0,20	Tidak Baik
0,21-0,40	Kurang Baik
0,41-0,60	Cukup Baik
0,61-0,80	Baik
0,81-1,00	Sangat Baik

Sumber :Syofian Siregar (2012:289)

d. Koefisien Determinasi

Setelah diketahui korelasinya, kemudian koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar sumbangan seberapa besar sumbangan (kontribusi) yang diberikan variabel X terhadap perubahan variabel Y serta digunakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh kedua variable dengan formulasi sebagai berikut :

$$r^2 = r^2 \times 100\%$$

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang mewakili keseluruhan nasabah adalah sebanyak 100 sampel yang merupakan nasabah BPR Hasamitra. Karakteristik responden secara detail dijelaskan pada tabel-tabel berikut :

a) Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Pada bagian ini akan mengukur karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

penelitian ini jumlah responden laki-laki sebanyak 42 orang dengan tingkat persentase sebesar 42 persen dan responden perempuan sebanyak 58 orang dengan tingkat persentase 58 persen. Dalam hal ini responden yang paling dominan adalah perempuan yaitu sebanyak 58 orang dengan tingkat persentase 58 persen.

b).Karakteristik berdasarkan tingkat usia

Pada bagian ini akan mengukur karakteristik responden berdasarkan tingkat usia.

persentase jumlah usia responden terbanyak rata-rata responden 31-40 tahun adalah sebanyak 42 orang dengan persentase 42 persen. Faktor usia merupakan salah satu identitas guna menjadi petunjuk untuk mengetahui kemampuan fisik dan kemampuan daya pikir responden.

c).Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden mengenai pendidikan, penelitian ini responden yang memiliki

tingkat pendidikan D3 adalah nasabah yang dominan, yaitu sebanyak 37 orang dengan tingkat persentase 37 persen.

d). Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap sebanyak 100 responden mengenai pekerjaan, menyatakan pada umumnya responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 39 orang dengan tingkat persentase 39 persen yang paling tinggi.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Adapun rumus regresi linear sederhana menurut Syofian Siregar (2012:284) sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana : X = Variabel independen (kualitas pelayanan)

Y = Variabel dependen (kepuasan nasabah)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi yang

berhubungan dengan variabel X

Berdasarkan analisis data yang menggunakan perhitungan regresi sederhana dengan program komputer SPSS (*Statistical Product Standard Solution*) 21.0 for windows, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel 4.7 diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y). Sehingga hasil pengolahan data primer pada hasil regresi sederhana dapat diketahui persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 11,795 + 0,438X$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah :

- a) a = angka konstan dari unstandartdized Coefficients. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 11,795. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa tidak ada kualitas nasabah (X) maka nilai konsisten

kepuasan nasabah (Y) adalah 11,795.

- b) b = angka koefisien regresi. Nilai sebesar 0,438. Angka ini mengandung arti setiap pertambahan 1 persen tingkat kualitas pelayanan (X), maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat 0,438. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

3. Uji hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. melalui Uji t dapat juga diketahui mengenai informasi tentang seberapa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan $df = n-2$ atau $df = 100- 2 = 98$.

Diketahui nilai t_{hitung} sebesar $12,087 > t_{tabel} 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

4. Analisis Korelasi

Klasifikasi koefisien korelasi yang digunakan dimana nilai korelasi dapat dikelompokkan sebagai berikut : 0,41 s/d 0,70 korelasi keeratan kuat, 0,71 s/d 0,90 sangat kuat, 0,91s/d 0,00 sangat kuat sekali dan jika 1 berarti sempurna.

Dalam ringkasan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai Koefisien Korelasi (R) adalah 0,774 atau 0,77 artinya terdapat hubungan positif dan kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada tabel 4.8 juga menunjukkan, bahwa nilai Koefisien Determinasi (R Square) yang digunakan untuk menghitung pengaruh indeviden (X terhadap variabel dependen Y sebesar) 0,599 atau 59,9 persen. Hal ini berarti bahwa 59,9 persen kepuasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sementara 40,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

6. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a) Uji Validitas

butir instrument pada variabel kualitas pelayanan (X) adalah jika r hitung $>$ dari r tabel, maka instrumen dinyatakan valid, sedangkan jika r hitung $<$ dari r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid. Maka diperoleh r hitung $>$ dari r tabel = 0,194 (nilai r tabel untuk $n = 100$), sehingga semua indikator kualitas pelayanan dari variabel penelitian ini adalah valid.

b) Uji Reliabilitas

variabel dalam penelitian mempunyai koefisien Alpha (α) yang cukup besar yaitu $> 0,606$, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan yang kuat serta pengaruh yang positif antara kualitas

pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPR Hasamitra Jalan Dokter Wahidin Husodo Makassar.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPR Hasamitra.

Kualitas pelayanan merupakan ukuran tingkat pelayanan suatu jasa yang dirasakan oleh nasabah. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta hubungan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan nasabah yang kurang menyenangkan. Maka dari itu, BPR Hasamitra harus

memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan nasabah. Apabila BPR Hasamitra memberikan kualitas pelayanan yang baik tentunya dapat dimungkinkan nasabah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sehingga nasabah menjadi loyal dan mampu meningkatkan jumlah kunjungan dan pinjaman.

Adapun hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini dilakukan oleh Putri Utari pada tahun (2018) Universitas Negeri Makassar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Gowata Sakti Motor di Kabupaten Gowa*. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian Sri Rahayu dan Sri Ratih Handayani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Di Kota Medan*, hasil penelitian menunjukkan adanya

pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Kepuasan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Di Kota Medan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang datang ke BPR Hasamitra. Bagi hasil mempunyai pengaruh paling besar yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah dilanjutkan dengan pelayanan. Ini menunjukkan keputusan menabung nasabah BPR Hasamitra dipengaruhi adanya pengetahuan tentang bagi hasil. Jika perusahaan mampu mengelola dengan baik dana yang disimpan nasabah maka bagi hasil yang diperoleh akan lebih besar pula. Jika perusahaan mampu melaksanakannya maka tidak sulit bagi perusahaan untuk

menarik nasabah untuk membuat keputusan menabung.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi BPR Hasamitra

Seperti yang telah dijelaskan, bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu usaha untuk itu diperlukan peningkatan kualitas pelayanan sehingga nasabah merasa puas dan loyal yang nantinya akan menumbuhkan minat ingin berkunjung kembali.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan misalnya citra perusahaan, iklan, dan penanganan keluhan konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap konsumen, sehingga

informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.